



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE ECONOMIA
TÉCNICA DE PESQUISA EM ECONOMIA
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**IMPACTO DAS IMPORTAÇÕES NO MERCADO
NACIONAL DE BRINQUEDOS:
1995 a 2009**

GUILHERME XAVIER DE MELLO

Matrícula: 100128998

ORIENTADOR: Prof. Luiz Martins

JULHO 2012

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE ECONOMIA
TÉCNICA DE PESQUISA EM ECONOMIA
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**IMPACTO DAS IMPORTAÇÕES NO MERCADO
NACIONAL DE BRINQUEDOS:
1995 a 2009**

GUILHERME XAVIER DE MELLO

Matrícula: 100128998

Assinatura do Aluno: _____

Nome do Aluno: **GUILHERME XAVIER DE MELLO**

***As opiniões expressas neste trabalho são de exclusiva responsabilidade do(a)
autor(a)***

Dedico este trabalho aos meus pais Reinaldo Luiz Brasil de Mello e Rosa Ana Xavier de Mello, por serem os estímulos de tudo que faço em minha vida, meus agradecimentos por terem aceitado se privar de parte de suas vidas para me apoiar nos estudos, concedendo a mim a oportunidade de uma realização maior.

Aos meus irmãos Reinaldo e Lívia, que são meus ídolos e minha fonte de inspiração para buscar meus objetivos.

A Luani Oliveira e família, que sempre me ajudaram e me apoiaram, me dando, carinho, tranquilidade e equilíbrio para executar todas minhas obrigações.

Agradeço aquele que é meu irmão por escolha, Leandro Aparecido Daniel, por ter se empenhado e me auxiliado na gerencia e administração das lojas Planetoy, me possibilitando alçar voos mais altos.

A todos das lojas Planetoy, que se empenharam em manter o bom funcionamento da empresa além de sua lucratividade, especialmente àqueles que garantiram minha tranquilidade durante as minhas ausências.

A todos aqueles que, direta ou indiretamente, acreditam e me incentivam a correr atrás dos meus ideais.

“Mantenha seus pensamentos positivos, porque seus pensamentos tornam-se suas palavras”.

Mantenha suas palavras positivas, porque suas palavras tornam-se suas atitudes.

Mantenha suas atitudes positivas, porque suas atitudes tornam-se seus hábitos.

Mantenha seus hábitos positivos, porque seus hábitos tornam-se seus valores.

Mantenha seus valores positivos, porque seus valores... Tornam-se seu destino. "

Mahatma Gandhi

RESUMO

O presente estudo tem por objetivo pesquisar a história e o desenvolvimento do mercado brinquedeiro, assim como as alternativas de sobrevivência do mercado brasileiro de brinquedos, enfocando a produção e a importância das alíquotas de importação para a defesa das fábricas do mercado nacional, fazendo uma crítica às leis trabalhistas e à falta de incentivos fiscais por parte do governo brasileiro. As saídas estratégicas encontradas pelas empresas visando à resolução da crise que abalou o setor neste período e os impactos causados pelas políticas de proteção ao mercado e o aumento das importações no mercado de brinquedo, serão os principais aspectos analisados no presente Trabalho de Conclusão de Curso.

LISTA DE TABELAS E GRÁFICOS

Tabela 1 – Evolução das importações Brasileiras e alíquotas de importação de brinquedos

Tabela 2 – Taxa de crescimento das importações de brinquedos por país de origem.

Tabela 3 – Potencial do mercado no período entre 1996 até 2009.

Gráfico 1 – Número de empresas no setor de brinquedos.

Gráfico 2 – Despesa de Contratação com Funcionário no Mundo

Gráfico 3 – Número de Funcionários no setor de brinquedos

ÍNDICE

INTRODUÇÃO.....	10
------------------------	-----------

CAPÍTULO I - VISÃO GERAL DAS POLÍTICAS DE CRESCIMENTO DA INDÚSTRIA NACIONAL E DE COMÉRCIO EXTERIOR ADOTADA PELO GOVERNO BRASILEIRO NO PERÍODO DE 1995 A 2009.....	13
--	-----------

I.1 - Apresentação das Alíquotas de Importação para Brinquedos.....	15
I.2 - A Falta de incentivos fiscais para a Indústria Nacional.....	18
I.3 - Impacto da importação na produção nacional de brinquedos.....	19

CAPÍTULO II - APRESENTAÇÃO DO CRESCIMENTO DAS IMPORTAÇÕES DE BRINQUEDOS E SUA ACEITAÇÃO NO MERCADO	22
---	-----------

II.1 - Apoio do setor varejista às importações.....	22
II.2 - A confiabilidade nos selos de certificação de qualidade e órgãos reguladores.....	23
II.3 - O desenvolvimento e o Aumento da eficiência dos processos logísticos de transporte e liberação alfandegária.....	25
II.4 - processo de desenvolvimento de produto (PDP).....	27

CAPÍTULO III - A SITUAÇÃO DA INDÚSTRIA NACIONAL DE BRINQUEDOS EM CONFRONTO COM AS EMPRESAS DE IMPORTAÇÃO, POTENCIAL DO MERCADO E O AUMENTO DO DESEMPREGO NO SETOR.....	30
---	-----------

III.1 - O avanço do mercado de importação de brinquedos.....	30
III.2 - Projeção da demanda do setor.....	31
III.3 - As dificuldades encontradas e o declínio da indústria nacional de brinquedos....	34
III.4 - Custo dos funcionários para uma empresa no Brasil.....	37
III.5 - Mudanças na oferta e demanda de emprego no setor fabril de brinquedos.....	40

Conclusão	42
-----------------	----

Referências.....	43
------------------	----

INTRODUÇÃO

A década de 1980 foi uma década de avanço da indústria em todo mundo e o início do processo de crescimento na indústria asiática. Porém no Brasil, este quadro foi de estagnação econômica, tendo pouca evolução dos níveis de produção e uma modernização industrial quase imperceptível. Era um modelo fundamentado numa proteção do mercado interno, realizado através das tarifas e barreiras não tarifárias, entretanto esta política teve um lado positivo no crescimento da produção, mas foi também ineficaz na questão competitiva com os mercados externos. Na administração do presidente Fernando Collor de Mello, iniciou-se um processo de redução das tarifas de importação. Este ocorreria gradualmente entre os anos 1991 e 1994, entretanto, em 1992 deram-se várias antecipações de reduções de tarifas que estavam previstas para os anos de 1993 e 1994. Esse contexto deu origem ao que será analisado na indústria de brinquedos, focando, o impacto causado na indústria nacional pelo aumento das importações, assim como seu posicionamento atual no mercado, a adequação das empresas e das metas traçadas pelo governo, assim como, seu alinhamento aos objetivos traçados pela política industrial.

O primeiro mandato do Presidente da República, Fernando Henrique Cardoso, foi marcado por uma política de comércio exterior já insaturada, pois seu principal objetivo era manter a estabilidade econômica devido à implantação do Plano Real, deixando a margem, políticas industrial, e de comércio exterior. Entretanto, de uma maneira geral, o governo FHC possuía uma verdadeira intenção de modificar a posição defensiva adotada pós-1990 pelas empresas, implantando uma estratégia ofensiva através de uma inovação tecnológica acompanhada da ampliação da capacidade de produção. Tais políticas tinham três objetivos básicos: expandir a produção e o consumo interno de bens e serviços, com auxílio da expansão e melhoria do intercâmbio com o exterior; desconcentrar geograficamente a produção industrial; e aumentar e melhorar a qualidade das oportunidades de trabalho. Além de dar continuidade à política econômica do governo Fernando Henrique Cardoso, o governo Lula se preocupou em cessar as privatizações e concessões de serviços públicos, modificar a visão dos investidores estrangeiros (reduzir o risco país), quitar a dívida com o FMI, além de elevar a cotação dos títulos de dívida pública emitidos pelo país.

No entanto, a carga tributária brasileira faz com que seja vantajoso comprar o produto no exterior, a criar e produzir o brinquedo nacionalmente. O aumento das importações de brinquedos no período de 1995 a 2009 ocasionou modificações no cenário industrial de brinquedos, assim como nas empresas de importação, gerando mudanças no processo produtivo nacional. Com a diminuição da produção, iniciou-se um efeito cascata de falência das fábricas nacionais de brinquedos, principalmente pelo fato dos preços dos produtos importados serem bem inferiores que os nacionais, isso ocorre devido a leis trabalhistas vantajosas, tarifas e impostos não abusivos e uma escala de produção infinitamente maior.

A credibilidade e a utilização das marcas e dos selos de qualidade do brinquedo com o intuito de justificar o fim do receio da aquisição de produtos com procedência duvidosa, fez com que comércios varejistas e atacadistas pressionassem o mercado produtor e importador por um produto mais competitivo, por consequência inúmeras fábricas iniciaram um processo de migração, transformando-se em empresas de importação de brinquedos. Diante disso, o público consumidor e o comércio foram atendidos com uma gama maior de produtos oferecidos, além dos preços mais acessíveis.

Outro elemento importante que servirá para análise será o emprego e o desemprego criado com a transformação das indústrias em importadoras, pois, com essa mudança desempregamos muitos operários do setor de montagem, assim como técnicos dos setores de desenvolvimento e criação, porém empregamos muito mais na área de distribuição e logística e indiretamente nos pontos de venda (PDV), que com o aumento das vendas passaram a contratar mais vendedores, promotores e estoquistas - este último essencial, visto que, agora o produto não chega de maneira constante. Além disso, o crescimento do volume de importação induz a criação de novas importadoras gerando mais uma oferta de trabalho. Porém, na contra mão deste crescimento está à dificuldade de comercializar produtos nacionais devido ao preço não competitivo.

Ressaltamos também, o desenvolvimento do processo logístico como fator relevante, que viabilizou o avanço desenfreado da produção e do escoamento destes produtos para as regiões demandantes, fazendo com que o transporte não fosse uma questão inviabilizadora, mas pelo contrário, pudesse levar os produtos com preços cada vez mais atraentes e consequentemente, ganhar cada vez mais mercado.

As saídas estratégicas encontradas pelas empresas visando à resolução da crise que abalou o setor neste período e os impactos causados pelas políticas de proteção ao mercado e o aumento das importações no mercado de brinquedo, serão os principais aspectos analisados no presente Trabalho de Conclusão de Curso.

I - VISÃO GERAL DAS POLÍTICAS DE CRESCIMENTO DA INDÚSTRIA NACIONAL E DE COMÉRCIO EXTERIOR ADOTADA PELO GOVERNO BRASILEIRO NO PERÍODO DE 1995 A 2009.

O objetivo da política industrial do governo é a consolidação de um novo padrão de expansão para o sistema industrial brasileiro. A ideia central é criar condições para que as empresas substituam as estratégias defensivas das fases pós-1990 para uma etapa que é caracterizada por postura ofensiva, que se baseia no crescimento da capacidade de produção e de inovação tecnológica. Para isso, deveria existir um investimento no parque industrial que suportasse a concorrência no período de abertura das importações. Porém as expectativas não se cumpriram, os investimentos não ocorreram e na abertura comercial a indústria foi massacrada pela concorrência. Aplicou-se uma medida salvaguarda no ano de 1996. As alíquotas subiram para 70%, e criou-se uma nova expectativa da indústria brasileira, sendo o foco desta etapa a reestruturação, a expansão competitiva do sistema industrial, o equilíbrio e a manutenção da abertura econômica, o aumento dos investimentos, a aceleração da capacitação tecnológica, a ampliação do fluxo de comércio exterior, e o aprofundamento das reformas institucionais e da administração pública.

Para Bonelli, Veiga e Brito (1997), as políticas, industrial e de comércio exterior, englobam três objetivos principais, todos de alto grau de generalidade e dos quais é difícil discordar, a saber:

- Gerar crescimento da produção e do consumo interno de bens e serviços, com auxílio da expansão e melhoria do intercâmbio com o exterior, garantindo o aumento do padrão de vida da população brasileira, especialmente dos segmentos de menor poder aquisitivo;
- Difundir geograficamente a produção industrial, utilizando o apoio e o incentivo ao fortalecimento dos polos industriais já existentes e o aproveitamento de novas oportunidades regionais de investimento.

- Expandir e aumentar a qualidade das oportunidades de trabalho, fundamentado no dinamismo da atividade industrial, na formação e capacitação da mão-de-obra e na correção de distorções no mercado de trabalho que geram uma recessão na geração de empregos na atividade formal.

Para concretizar esses objetivos gerais, a ação do governo seguirá duas principais linhas de ação. A primeira se baseia na construção e manutenção de um ambiente propício ao desenvolvimento das estratégias empresariais, através do combate aos fatores econômicos e institucionais que, embora não fosse inerente ao poder decisório das empresas, pode afetar negativamente sua competitividade. É o caso dos fatores que compõem o "custo Brasil", refletido nas deficiências da infraestrutura econômica e social, no alto custo de financiamento, na falta de transparência do sistema tributário, nas carências do sistema educacional, no custo elevado da mão-de-obra, na regulamentação excessiva e inadequada da atividade econômica. A segunda consiste no fortalecimento, modernização e expansão do parque industrial brasileiro. Ainda é possível citar a regulação da atividade econômica com o intuito de impedir as práticas nocivas ao desenvolvimento econômico e social (BONELLI, VEIGA e BRITO, 1997).

Em 2003 foi lançado a Política Industrial tecnológica e de Comércio Exterior (PITCE), esta medida superava o viés anti-PI que perdurava por muito tempo, era um início porem ainda distante de um enfrentamento aos problemas de impostos, mas já possuía um foco na inovação e o reconhecimento da necessidade de uma nova organização industrial, embora a incompatibilidade entre a PITCE e a política macroeconômica demonstrasse uma fraqueza. Pode-se afirmar que a política industrial não é somente uma política para a indústria, mas uma política de estruturação, reestruturação, aprimoramento e desenvolvimento das atividades econômicas.

I.1 APRESENTAÇÃO DAS ALÍQUOTAS DE IMPORTAÇÃO PARA BRINQUEDOS

A alíquota de importação serve para incentivar ou retardar o fluxo de mercadorias, afim de, proteger o parque industrial nacional ou aquecer o mercado com produtos diferenciados. Podemos observar uma abrupta queda nas tarifas aduaneiras, especificamente no ano de 1994 quando o ministro da fazenda, Ciro Gomes, anunciou a redução da alíquota para 20%, gerando assim um aumento das importações, que alcançou quase 118% em 1995.

Diante desse quadro uma grande parte dos comerciantes de brinquedos passou a buscar e comercializar produtos importados, obrigando as indústrias locais a aumentarem suas capacitações, produtividade, atratividade e preço, fazendo com que o produto nacional chegasse a uma redução de preço de 40%. Com essa redução o governo se sentiu na obrigação de intervir instituindo uma medida de salvaguarda, que entrou em vigor em 04/07/1996, com objetivo, entre outros, de promover o aumento da proteção à indústria doméstica de brinquedos em caráter temporário, visando torná-lo competitivo e apto a fazer frente aos produtos importados. A implantação do processo de salvaguarda ocorreu entre os anos de 1996 a 2003 dando uma sobrevida à indústria nacional de brinquedos e fez com que a alíquota de importação aumentasse de 20% para 70%, gerando um crescimento na produção de brinquedos no Brasil e reduzindo, drasticamente, as importações de US\$ 165 milhões para US\$ 94 milhões, com declínio de mais de 35%.

Tabela 1 - Evolução das importações brasileiras e Alíquota de importação de brinquedos (1992-2002)

Anos	Importações US\$ milhões	Var.%	Alíquota de importação
1992	8,4	18,3	65,0
1993	12,9	53,6	55,0
1994	30,9	139,5	40,0
1995	164,6	432,7	20,0
1996	116,4	-29,3	70,0
1997	110,2	-5,3	63,0
1998	97,9	-11,2	52,0
1999	62,3	-36,4	38,0
2000	65,0	4,3	36,5
2001	50,2	-22,7	33,0
2002	40,2	-19,9	32,0
2003	53,2	33,3	31,0
2004	63,6	18,8	20,0
2005	90,5	42,2	20,0
2006	146,8	62,2	20,0
2007	244,1	66,2	20,0
2008	295,2	20,9	20,0
2009	346,0	17,3	20,0
2010	422,1	21,9	20,0

Fonte: ABRINQ

De acordo com a ABRINQ os países asiáticos foram os grandes destruidores do parque industrial brasileiro de brinquedos, sendo responsáveis por mais de 50% do total das importações no período a partir de 1995, quando ocorreu um salto significativo na importação desses produtos. A política de abertura do mercado fez com que o produtor brasileiro se preocupasse com o rumo da indústria nacional. De acordo com a ABRINQ (Associação de Fabricantes de Brinquedos) após o ano de 1995, a variedade de brinquedos produzidos, aproximadamente 6.000 unidades, concentraram-se em torno de 4.500 unidades. Além disso, a espionagem industrial e a falsificação se intensificaram muito no mercado de brinquedos

agravando ainda mais os problemas na produção nacional.¹ Além das importações oficiais declaradas, o mercado nacional, frente à grande alta das alíquotas de importações, foi tomado pela a prática ilegal de subfaturamento de produtos que entravam legalmente no país, além dos produtos falsificados e contrabandeados.

Tabela 2 –Taxa de crescimento das importações de brinquedos por país de origem
(1995-2008)

Ano	China	HongKong	EUA	Outros
1995	54,4	11,9	7,4	26,3
1996	62,4	9,4	7,4	20,8
1997	55,6	9,2	5,1	30,1
1998	60,7	9,6	4,9	24,8
1999	65,5	10,3	6,6	17,6
2000	72,6	7,1	5,2	15,1
2001	73,8	10,6	2,3	13,3
2002	78,5	8,8	2,6	10,1
2003	77,6	6,6	1,5	14,3
2004	83	4,9	0,5	11,6
2005	84	5,5	0,5	10

¹ A indústria de brinquedos no Brasil. Disponível em <<http://www.lambda.maxwell.ele.puc-rio.br/acessoConteudo.php?nrseqoco=18477>> Acesso em 21.10.2010.

2006	84	7	1	8
2007	85	9	1	5
2008	88	6,5	1,5	4

Fonte: BNDES

Com a redução gradativa dos impostos referentes às importações, o mercado brasileiro de brinquedos veio investindo cada vez mais na modernização tecnológica e na regulamentação de seus produtos. A acomodação no mercado foi ocorrendo gradativamente, sendo colocado no mercado um produto nacional com uma relação preço produto mais atrativa. Apesar dessa modernização, após o período de 2003, quando as alíquotas voltaram ao patamar de 20% as importações que vinham perdendo suas forças, voltaram a crescer consideravelmente, devido a não equiparação do produto nacional com o importado.

I.2 A FALTA DE INCENTIVOS FISCAIS PARA A INDÚSTRIA NACIONAL.

A falta de incentivos fiscais se esbarra na força inexpressiva do setor. O volume negociado na indústria de brinquedos é muito pequeno, isso faz com que o governo não se sinta pressionado pelas reivindicações. E quanto mais a força sindical se frustra nas tentativas, mais ela perde credibilidade e força política. Os incentivos tributários gerados no Brasil são muito pontuais, são gerados de acordo com a vontade dos políticos locais, afim de, povoar determinado local ou gerar emprego para população. Estes benefícios podem ser feitos com reduções do IPTU, isenção de ICMS ou redução de tarifas.

Os incentivos fiscais gerados pela guerra tributária entre os estados, no que diz respeito a ICMS, deveria fazer com que as empresas migrassem de grandes centros urbanos para o norte e nordeste do país, onde a alíquota é menor, porém não é isso que ocorre. De acordo com a ABREB (Associação de Brinquedeiros do Brasil), 80% das fábricas ainda estão nos grandes centros urbanos, dando preferencia a proximidade ao mercado consumidor. Com o benefício dados pelos estados do norte e nordeste, vieram as fraudes. Estas se resumiam em

aberturas de empresas falsas em estados com incentivo fiscal, formadas por um escritório fictício, a fim de burlar um faturamento em uma região com impostos reduzidos. Essas empresas emitiam somente a nota fiscal dos produtos, mas a produção ainda continuava nos grandes centros, agregando assim o incentivo fiscal e evitando o custo logístico.

Essa diminuição da carga tributária incide tanto no produto importado quanto no nacional, não valorizando o produto fabricado no Brasil. A falta de incentivos fiscais na produção nacional fez com que o parque industrial de brinquedos ficasse diante de uma luta praticamente invencível: os produtos importados entravam no Brasil com impostos reduzidos, enquanto os nacionais não possuíam grandes incentivos (período pós-salvaguarda).

Não se faz necessário um incentivo para todo o setor, mas, um auxílio a parcela que possuiria capacidade de competir, e se estabilizar para que caminhasse com suas próprias pernas. O incentivo a indústria contra produtora somente gera um ciclo vicioso e uma inesgotável fonte custosa para o governo, sem o devido retorno deste capital.

I.3 O IMPACTO DA IMPORTAÇÃO NA PRODUÇÃO NACIONAL DE BRINQUEDOS.

A indústria brasileira de brinquedos representa um setor dinâmico e de muita concorrência. Este setor cria não só o produto, mas um sonho, e depende da relação dos setores de entretenimento (desenhos animados, filmes etc.), desenvolvimento, projeto e propaganda, estarem sempre voltados para a criação e inclusão dos produtos no mercado. Neste ramo de negócio não basta ter um bom produto, ele tem que ser desejado.

O mercado de personagens sempre foi dominado desde a década de 50 pelos americanos e japoneses. Embora muito criativos os brasileiros dificilmente conseguem emplacar um personagem devido ao baixo investimento para sustenta-los no sucesso. Porém não podemos deixar de citar a Turma da Mônica que mesmo com todas estas limitações ainda

consegue se manter viva no mercado, apesar de não conseguir atingir outros países como faz o personagem Mickey.

Este mercado é formado principalmente por pequenas e médias empresas, apresentando verticalização de seus processos produtivos e visando se especializar no atendimento ao mercado interno. A indústria de brinquedos atual procura se espelhar no padrão de concorrência internacional, que consiste em manter alta escala de produção aliada à redução de custos. Sua produção depende de capacidade financeira e intelectual, mídia integrada, distribuição, qualidade, diversidade e rapidez de lançamento. A produção de brinquedos está distribuída nos seguintes seguimentos:

- Produção dos brinquedos tradicionais que se caracterizam por uma disputa de preço para se ganhar mercado, não levando em conta a marca do produto. Estes produtos podem ser sempre substituíveis;
- Produção dos brinquedos eletrônicos que dependem da indústria eletrônica e microeletrônica, tendo como fator preponderante a tecnologia do produto;
- Produção dos consoles eletrônicos, que também possuem uma forte dependência da indústria microeletrônica, apresentando concentração da indústria em nível mundial, com padrão de oligopólio;

Ainda é possível citar a produção dos que não disputam preço e não dependem da indústria eletrônica. Estes produtos são dependentes apenas da mídia, que cria a necessidade de consumo do produto, independente da qualidade ou do preço. Este tipo de produto é cada vez mais bem sucedido no mercado, pois através dos direitos autorais e de licenças consegue sua produção e venda, sem que ele possa ter substituto, gerando assim um aumento de margem e um maior giro a partir de um único investimento inicial.

Quanto à disponibilidade de produtos, o mercado brasileiro segue dando preferência a produtos estrangeiros. Essa postura do mercado é consequência da cultura brasileira, que aposta em produtos modernos e de pouca duração, além da necessidade de comercializar produtos com preços acessíveis a todo tipo de consumidor do país. Também devemos levar em conta que a distância entre o chamado produto moderno e o obsoleto é apenas o próximo lançamento. A estatística analisada do setor é de que o mesmo atende 35 milhões de consumidores dos 55 milhões existentes no país. Estes representam 63,6% de crianças na faixa etária de 0 a 14 anos. Fonte: ABRINQ.

O aumento da exposição de produtos estrangeiros ao mercado brasileiro desencadeou um processo de reestruturação em que a indústria passou a adotar uma série de medidas de melhoria da qualidade e produtividade dos produtos nacionais, visando um crescimento da produção e comercialização do produto local. O investimento midiático, o crescimento de feiras internacionais e a certificação e segurança dos produtos importados contribuíram para o processo de diferenciação e valorização destes no mercado nacional.

O setor de brinquedos no Brasil teve rápido crescimento no seu faturamento. A existente defasagem entre o valor de faturamento e o valor da produção nacional se deve ao fato de muitos fabricantes nacionais passarem a comercializar brinquedos importados, pois a inserção destes produtos no mercado é facilitada e tem maior consumo.

Devido às novas condições criadas pelo mercado, a indústria nacional investe cada vez mais na inovação tecnológica, além da regulamentação técnica de seus produtos. Segue abaixo a síntese dos objetivos e metas voltados para o desenvolvimento de design nacional que foram elaborados e divulgados pela Secex (Secretaria de Comercio Exterior):

- Aumentar o índice de nacionalização dos projetos de brinquedos brasileiros mediante o desenvolvimento e a consolidação do estilo nacional;

- Aumentar o nível de competitividade da indústria brasileira de brinquedos, tanto para concorrer com a importação no mercado interno quanto para abrir espaços para a exportação;
- Incrementar o esforço para inovação de produtos especialmente voltados para o atendimento do segmento popular.

II - APRESENTAÇÃO DO CRESCIMENTO DAS IMPORTAÇÕES DE BRINQUEDOS E SUA ACEITAÇÃO NO MERCADO

II.1 APOIO DO SETOR VAREJISTA ÀS IMPORTAÇÕES.

O varejo de brinquedo emprega muito mais do que a indústria nacional, portanto desconsiderar esta fatia de mercado é jogar contra a nação. A ABRINQ observa somente o lado econômico da indústria nacional, pressionando o governo a praticar políticas protecionistas, mas esquece-se da sua ineficiência na capacidade produtiva.

Quando o governo intervém aplicando medidas protecionistas, retira a auto regulação do mercado, e impede que o varejista possa apresentar para seu cliente uma gama de produtos diferenciados em um preço justo. A importação de brinquedos chineses vem crescendo simplesmente porque a demanda cresce, os produtos são mais vendáveis e mais acessíveis. Forçar uma redução na importação gera um estrangulamento na variedade de brinquedos, e põe em risco a permanência de muitas redes varejistas.

De acordo com a pesquisa feita pela empresa PLANETOY no ano de 2008, Reinaldo Brasil dono de uma rede de 4 lojas no Rio de Janeiro, diz: "apesar de possuir loja especializada em brinquedos educativos, a importação representa uma fatia significativa nas vendas". De acordo com Carlos Amorim, presidente da CIA TOY, Rede de lojas no distrito federal, "seria um retrocesso grande forçar uma redução das importações, porque tiraria o direito das pessoas de escolherem".

A importação de brinquedos no Brasil sempre sofreu com a sobretaxa. Em 1996, a tarifa de importação chegava a 70%, foi regredindo até chegar em 2004 nos 20%. Teoricamente a maneira correta de resolver este problema era instalando-se cotas para a importação, ou até mesmo alíquotas, dependendo da capacidade de produção nacional de um item similar. Ocorre que a produção nacional raramente consegue produzir os itens de mesma atratividade pelo mesmo preço. Neste caso o melhor a fazer é utilizar os recursos governamentais para investir nessa pequena parcela de produtos que possuem estrutura competitiva, e deixar que as forças do mercado adequem o restante.

II.2 A CONFIABILIDADE NOS SELOS DE CERTIFICAÇÃO DE QUALIDADE E ÓRGÃOS REGULADORES

O grande preconceito de comprar um brinquedo, principalmente importado, se extinguiu a partir do momento em que começou a ser utilizados selos de qualidade, essa qualificação é grande parte de responsabilidade do Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial – INMETRO. Para os brinquedos serem aprovados pelo INMETRO e terem seu selo utilizado na embalagem são realizados alguns testes, dentre eles:

- **Ponta aguda:** o produto não pode apresentar pontas que possam ferir a criança;
- **Tração:** de acordo com a faixa etária a que se destinam os brinquedos, são feitos testes para garantir que todos os componentes do produto não se soltem indevidamente, como por exemplo, o focinho de um urso;
- **Impacto:** os produtos são submetidos a uma queda de 1 m de altura (quando o brinquedo se destina a crianças acima 3 anos) ou 1,38 m (para artigos destinados a crianças de 0 a 3 anos). Como resultado desta queda, o brinquedo não pode apresentar problemas;
- **Mordida:** é feita uma simulação para verificar se a criança sofre riscos caso morda um brinquedo ou ainda se o brinquedo pode gerar partes pequenas, que podem ser engolidas;
- **Compressão:** este teste avalia se determinados componentes do brinquedo se soltariam indevidamente;

- **Acessibilidade:** um aparelho com o tamanho do dedo de uma criança verifica todos os pontos do brinquedo com os quais a criança consegue ter acesso para verificar e neutralizar potenciais focos de ferimentos;
- **Ruído:** o ruído gerado por um brinquedo, independente da faixa etária, não deve ser maior que 85 decibéis, no caso de ruídos contínuos e 100 decibéis no caso de ruído instantâneo;
- **Químico:** todos os componentes do brinquedo devem ser testados para verificar a presença de metais pesados nocivos à saúde, entre outros elementos que podem causar a intoxicação da criança, inclusive na embalagem;
- **Inflamabilidade:** este teste verifica se o produto entra em combustão rapidamente e se o fogo pode se espalhar pelo corpo da criança, caso passe com o brinquedo próximo às chamas;
- **Rotulagem:** verifica se a embalagem apresenta a identificação do fabricante, advertências especiais, advertência para brinquedos não apropriados para crianças menores de 3 anos e se há grampos na embalagem que podem causar acidentes com a criança.

Outro fator que influencia a escolha entre brinquedos nacionais e importados é a verificação da forma a qual é produzido este produto. É devido a isto que, a Fundação ABRINQ procurou denunciar a utilização de trabalho infantil em cadeias produtivas de diversas grandes empresas no Brasil. Com isso as empresas estrangeiras que possuíam este tipo de trabalho em alguma parte do processo produtivo, começaram a ter vantagens competitivas no que diz respeito ao preço.

Após esse momento, cuja estratégia principal era de denúncia, a Fundação ABRINQ passou a construir parcerias e articular compromissos públicos, através de pactos com associações empresariais que se dispõem a atuar no combate ao trabalho infantil. A Fundação é também a instituição fundadora do Fórum Nacional de Prevenção e Erradicação do Trabalho Infantil, que surgiu em novembro de 1994 com o objetivo de articular as iniciativas do governo e da sociedade para erradicar o trabalho infantil. O Fórum reúne representantes do

governo, trabalhadores, empresários e organizações da sociedade civil na busca de uma política nacional efetiva de combate ao trabalho infantil.

II.3 O DESENVOLVIMENTO E O AUMENTO DA EFICIÊNCIA NOS PROCESSOS LOGÍSTICOS DE TRANSPORTE E LIBERAÇÃO ALFANDEGÁRIA

Com o decorrer do tempo, os clientes começaram a ficar cada vez mais exigentes. Temos por principais fatores que auxiliaram nessa transição, segundo Couto et. al (2004):

- Globalização: que, por via de consequência, gerou muita concorrência e a partir de então os clientes adquiriram inúmeras opções de marcas de um só produto e a requerer produtos de melhor qualidade com menor custo possível;
- Tecnologia e sofisticação: os clientes começaram a requerer produtos cada vez com maior tecnologia e sofisticação, consequentemente, as empresas tiveram que se adaptar às novas exigências dos diversos públicos-alvo.

Em virtude desse fato, as empresas introduziram o setor de logística com o objetivo de atender o cliente de maneira rápida e eficiente. O setor de logística tornou-se tão relevante quanto os demais setores de uma empresa. Com o gerenciamento dos materiais, os custos e as deficiências diminuíram, e assim, os lucros aumentaram. O comércio de brinquedos e a necessidade de interação com outras localidades revelam a importância do transporte de mercadorias. A zona produtora precisa escoar sua produção, para isso a utilização dos meios de transportes oferecida a preços competitivos influi significativamente no valor dos produtos comercializados, principalmente quando se depara com um cenário de disputa de mercado com o produto nacional similar.

Faz-se necessário um setor de gestão mais eficiente e totalmente integrado com a logística da empresa, pois a política das importadoras é trabalhar com o sistema “Just in time”, isto é, a sintonia entre a compra e o escoamento dos centros de distribuição deve ser total, em contrapartida a falta de mercadoria ou a superlotação dos estoques pode gerar a falência de uma importadora pelo alto custo de estocagem ou falta de capital de giro. Não se notou um

desemprego significativo no setor, pelo contrário o emprego acompanhou o crescimento econômico do país. Apesar do fechamento de algumas fabricas e da modernização de outras, a fim de se manterem vivas e competitivas no mercado, as importadoras e seus distribuidores absorveram esta capacidade ociosa.

O comércio exterior demanda eficiência na produção e na negociação das mercadorias, com isso, conseguir introduzir produtos no mercado externo exige o aproveitamento adequado dos meios de transporte disponíveis. A eficiência do transporte internacional reduziu consideravelmente o custo do brinquedo importado, assim como, no atendimento das condições pactuadas com o importador, no que diz respeito a prazo e condições de entrega.

A embalagem do produto também define a relação entre valor do item e custos no transporte, devendo todo produto acondicionado atender às condições de uso, atuar na promoção e proteção dos produtos envolvidos, além de servir como instrumentos para o aumento da eficiência na distribuição.

O aumento da eficiência no embarque de cargas teve um grande avanço com a utilização em larga escala do conceito de carga unitizada. Segundo Nunes (2006), temos:

Unitização - o agrupamento de um ou mais itens de carga geral que serão transportados como uma unidade única e indivisível. Não constitui embalagem e tem a finalidade de facilitar o manuseio, movimentação, armazenagem e transporte da mercadoria. As principais vantagens da unitização são:

- Diminuição das avarias e roubos de mercadorias;
- Incentivo da aplicação do sistema *door-to-door* (porta a porta);
- Melhoria no tempo de operação de embarque e desembarque;
- Padronização internacional dos recipientes de unitização;
- Redução do número de volumes a manipular;
- Redução dos custos de embarque e desembarque;
- Redução de custo com embalagens;

Sobre o transporte marítimo, este possui vantagens e desvantagens, a saber:

Vantagens:

- Maior capacidade de carga;
- Carrega qualquer tipo de carga;
- Menor custo de transporte.

Desvantagens:

- Necessidade de transbordo nos portos;
- Distância dos centros de produção;
- Maior exigência de embalagens;
- Menor flexibilidade nos serviços aliados a frequentes congestionamentos nos portos.

II.4 PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO (PDP).

Cada vez mais a vida útil de uma novidade é menor, quando um produto apresenta um sucesso, os industriais rivais são muito rápidos em copiar, fazendo com que o período de retorno do capital seja cada vez mais curto, visto que a cópia entra no mercado brigando por preço com a vantagem de não possuir o ônus da criação. Cada vez que um produto é retirado deixa seu sucessor que atende a mesma necessidade ou até mesmo melhor do que o anterior. Por isso a busca pelas inovações, deve ser incessante e continua.

De acordo com Crawford e DiBenedetto (2000) posicionam um produto novo dentro de 5 categorias:

- Produtos inéditos (nunca visto similar)
- Produto inédito para a empresa responsável pela criação de uma linha (já existe no mercado porem e novo para a empresa).

- Produto de expansão de linha de produto (produto novo, mas acompanha uma linha de produtos).
- Produtos aperfeiçoados (produto já existe porem ele e melhorado para se realocar no mercado)
- Produto com realocação funcional (produto já existe porem é realocado em outra função)

Ainda de acordo com Crawford e DiBenedetto (2000) o PDP divide-se em 5 etapas:

- Identificação e seleção de oportunidades- a partir de sugestões observação do mercado, setor de marketing, alterações nos recursos disponíveis, a empresa traça estratégias e classificam as ideias.
- Geração de conceito- com as ideias selecionadas geram-se conceitos para novos produtos
- Avaliação do conceito- os conceitos gerados são avaliados pelos setores técnicos, de marketing e financeiros, e são enviados para a criação dos projetos.
- Desenvolvimento-começam os projetos criação de protótipo e uma produção em pequena escala para identificar a receptividade do mercado. Os setores de marketing junto à logística já começam a estudar o possível lançamento do produto
- Comercialização-Com uma boa aceitação no mercado o produto é produzido em uma maior escala e é distribuído no mercado.

Segundo o estudo de Baxter (2000) os produtos vistos pelos clientes como de melhor qualidade e mais valor que o dos concorrentes tem 5,3 vezes mais chance de sucesso, do que os apenas marginalmente diferentes. Além disso, o estudo de viabilidade técnica e econômica antes do desenvolvimento aumenta em 2,4 a chance de entrada no mercado. E as chances, ainda podem aumentar. Com o estudo de especificação, como tamanho, potencia e funções que podem gerar um aumento de 3,3 vezes a aceitação desse produto.

O setor de marketing também é responsável, quando bem entrosado com o setor de vendas e pode ser responsável por um aumento de 2,3 vezes. Porém todo esse estudo só é valido se houver uma análise do mercado, afim de, atender as necessidades dos compradores. O “feeling“ é muito importante, mas não pode ser decisivo para o PDP (processo de desenvolvimento de produto). Para Gurgel (2003) o estudo da projeção da demanda é fator determinante para decidir a inserção, modificação ou ate mesmo à retirada do produto de linha.

A análise de mercado pode surgir através de observações de clientes ou de concorrentes, seu foco é descobrir que atratividade esse segmento oferece ou pode oferecer a seus participantes. Além do potencial de mercado, é necessária, a avaliação de sua dinâmica, identificar os fatores chaves que esta surgindo para o sucesso o para ameaça de seu lançamento. Podemos citar as seguintes dimensões para a análise de mercado:

- O tamanho atual (nível total de vendas dentro de um limite temporal e geográfico)
- O tamanho potencial do mercado (projeção das possíveis vendas do mercado)
- Crescimento de mercado
- Lucratividade de mercado
- Estrutura de Custos
- Sistemas de distribuição
- Tendências e desenvolvimentos
- Fatores-chave de sucesso

Tendo todos os fatores da PDP a seu favor seria inevitável ter um lucro garantido, porém não é assim que ocorre. A concorrência é o primeiro fator que atravessa na frente da lucratividade da empresa, e no caso de um primeiro momento lucrativo, deve sempre existir uma preocupação com os concorrentes potenciais que podem ter interesse em entrar no mercado para dividir esse montante de lucro. Além disso, o industrial deve se atentar a

colocar sempre nos planos o desenvolvimento de um produto similar, caso o produto atual perca o interesse ou não tenha como acompanhar o preço do mercado. De acordo com a ABRINQ o PDP mal estruturado, é uma das falhas impactantes das indústrias brasileiras, seu planejamento ainda muito rudimentar aliado à falta de presteza nos setores de desenvolvimento, faz com que o produto costumeiramente seja inserido no mercado fora do tempo.

III - A SITUAÇÃO DA INDÚSTRIA NACIONAL DE BRINQUEDOS EM CONFRONTO COM AS EMPRESAS DE IMPORTAÇÃO E O AUMENTO DO DESEMPREGO NO SETOR

III.10 AVANÇO DO MERCADO DE IMPORTAÇÃO DE BRINQUEDOS.

A China continua sendo a fábrica dos sonhos infantis. Nem mesmo alguns obstáculos enfrentados devido à falta de fiscalização na produção, como os altos níveis de chumbo e substâncias alucinógenas encontrados em certos brinquedos transformaram o sonho em pesadelo. Os motores da locomotiva chinesa continuam a todo vapor. No período compreendido em 1995 e 2009 a China se isolou na liderança como a maior fabricante mundial de brinquedos, responsável por mais de 50% da produção. Apesar dos escândalos com produtos chineses o país reagiu rápido para não perder mercado. Retirando fôrmulas por defeitos mínimos para chegar à conclusão de que a quantidade de produtos nocivos era ínfima. No ano de 2008 embora acreditasse que os escândalos no ramo não iriam afetar as exportações chinesas, pelo fato dos pedidos serem feitos bem antecipadamente ao Dia das crianças e Natal, os produtores de brinquedos chineses tiveram outros problemas para enfrentar, como a alta dos preços das matérias-primas e do petróleo.

A região que registrou o maior aumento de compras de brinquedos chineses foi a América Latina, liderada pelo Brasil. A região vem elevando suas importações há anos, não somente por melhores produtos, por trás delas há disputas sobre padrões, barreiras técnicas, protecionismo e exagero dos veículos de comunicação. Apesar de não crescer na mesma

proporção o principal comprador dos brinquedos chineses foram os Estados Unidos, porém embora não tenha um impacto direto, o volume negociado com outros países faz com que o aumento da escala ocorra de tal forma que diminua os custos de produção significativamente, gerando um massacre quando comparado com o preço do produto nacional.

Devido a facilidade de produção em terras chinesas algumas fábricas brasileiras começaram a importar diversas peças de seu processo produtivo. Temos como exemplo a fabricante de brinquedos Bandeirante que começou a trazer da China alguns componentes usados em seus produtos, como correntes de bicicleta, motores e baterias de carros elétricos. Com o custo atrativo, boa parte dos produtos made in Brasil são apenas montados aqui, sendo todo o processo produtivo e de desenvolvimento feito pelos outros países, entretanto o aumento destas importações poderia gerar um abandono da indústria, isto seria um suicídio, pois usando apenas as importações para enfrentar o mercado, o valor de suas marcas seria corroído pela falta de diferenciação entre seus produtos e as mercadorias.

O caminho a ser seguido pela indústria nacional é a implantação de sua tecnologia aliado a produção em países que possuam escala de produção e as vantagens comparativas, leis trabalhistas menos severas ou quase inexistentes como nos países asiáticos.

III.2 PROJEÇÃO DA DEMANDA DO SETOR.

No caso do brinquedo, pode-se calcular o potencial da demanda a partir da renda da população de uma região demarcada e do percentual da população abaixo de 14 anos. Este potencial será a multiplicação do gasto médio anual pelo numero de crianças da região. Portanto para uma melhor analise a população será dividida em faixas de renda para que não ocorra uma distorção do resultado.

Dividindo a população pela renda e por área geográfica, podemos estimar o percentual médio do orçamento familiar (POF) gasto com brinquedos. Já a quantidade de crianças é estimada pela proporção de crianças de cada faixa de renda multiplicada pelo valor total de habitantes desta faixa. Para facilitar a explicação, o rendimento médio das famílias será chamado de (R), a quantidade media de pessoas menores de 14 anos (C), e o percentual médio do orçamento familiar(POF).

Utilizaremos dados de 2009 para exemplificar o calculo do gasto médio estimado com brinquedos

POF- (de acordo com a pesquisa da FGV)-0,31%

R- 33.406,66

C-(tamanho médio das famílias brasileiras X proporção da população menos que 14 anos)- 3,2 X 30,6%= 0,979

$$G = \frac{POF}{100} \cdot \frac{R}{C}$$

Assim podemos estimar o gasto médio estimado das crianças do Brasil, sendo quanto menor a área da pesquisa e quanto mais específica à faixa de renda, mais confiável será o resultado.

Para uma visão industrial ampla, faz-se necessário o cálculo da estimativa do potencial do mercado de brinquedos, que para melhor entendimento não iremos fragmentar as faixas de renda e muito menos a área geográfica.

O potencial do mercado será dado de acordo com a equação:

$$Q = G \cdot N \cdot P1 \cdot P2 \dots PN$$

Utilizando os dados pré-determinados (Área geográfica- Brasil; Classe de renda familiar- media brasileira; Ano 2009; Faixa etária- ate 14 anos).

Tabela 3 – Potencial do mercado no período entre 1996 até 2009.

Ano	Potencial de mercado nominal	Variação
1996	1.465.055.178	-----
1997	1.432.095.457	-2,2%
1998	1.508.928.355	5,4%
1999	1.536.141.492	1,8%
2000	1.709.965.316	11,3%
2001	1.842.043.182	7,7%
2002	1.900.719.546	3,2%
2003	2.049.273.695	7,8%
2004	2.131.261.786	4%
2005	2.195.199.586	3%
2006	2.243.493.843	2,2%
2007	2.378.103.428	6%
2008	2.480.361.876	4,3%
2009	2.554.772.623	3%

Fonte: ABRINQ

O estudo da demanda muitas vezes é confundido com necessidade ou desejo, porém existe uma diferença grande entre eles. A necessidade está vinculada a algo extrema importância, já os desejos estão relacionados a vontades superficiais, não necessárias. A demanda são desejos que necessitam de um respaldo financeiro além da disposição para

compra-los. Portanto nesta análise a empresa deve mensurar não somente as pessoas que desejam seu produto, mas sim, aqueles que possuem condições e estão dispostas a adquiri-los.

O empresário deve definir com seu setor responsável, qual demanda deve ser projetada, a demanda do mercado ou da sua empresa. Situar o desenvolvimento de sua empresa perante as concorrentes (demanda da empresa), ou a possibilidade de expandir sua empresa no mercado (demanda do mercado).

O mercado estrangeiro sempre esteve muito a frente do nacional, devido a um excelente planejamento de marketing, fazendo com que suas ações de crescimento obtivessem uma menor margem de erro. Consequentemente ocorria sempre uma antecipação à demanda, e obviamente a obtenção de produtos mais sólidos no mercado, inviabilizando a entrada do similar nacional, que chegava sempre atrasado e com maior preço devido a menor escala.

III.3 AS DIFICULDADES ENCONTRADAS E O DECLÍNIO DA INDÚSTRIA NACIONAL DE BRINQUEDOS.

Com o objetivo de ganhar espaço frente à esmagadora concorrência chinesa e de aumentar a competitividade dos produtos nacionais, o setor de brinquedos foi inserido em 2009 na política industrial. Criado em maio de 2008 perseguindo um escopo mais amplo e transversal, a nova política contempla 24 setores da economia. Apreendendo a abrangência e complexidade da estrutura industrial brasileira e definindo ações específicas de ação, os setores foram considerados em 3 grupos de programas, segundo seus diferentes tipos de desafio. No primeiro, estão os programas para consolidar e expandir a liderança de setores onde o Brasil já é forte. No segundo, estão os programas para fortalecer a competitividade.

A inclusão do setor na política industrial teve como objetivo fazer a indústria de brinquedos alcançar diversas metas até o final de 2010. Entre os compromissos assumidos, esteve o de aumentar em 12% o faturamento (que encerrou 2008 em R\$ 2,5 bilhões), a geração de mil empregos e a elevação da participação dos produtos nacionais de 55% para 65% das vendas (a fatia de mercado restante está nas mãos dos chineses).

Segundo o presidente (ABRINQ), Synésio Batista da Costa, em matéria publicada no O Estado On line, em agosto de 2009², uma das principais medidas necessárias para baratear a produção consiste no investimento em capacitação técnica e design. “As crianças querem brinquedos inspirados em personagens estrangeiros. Se nossa indústria puder criar personagens nacionais, os custos com *royalties* certamente serão menores”, explicou.

Seguindo o exemplo dos países que conseguiram implantar um sistema vencedor no setor de brinquedos, o Brasil encontrasse carente da criação de um desejo ou como dito pelos pequenos, necessidade, do brinquedo. Faz-se necessário a construção de um programa focado no público infantil. Ao criar esta ligação direta com os consumidores do produto, a indústria nacional chegará a três resultados fundamentais:

- Redução da sazonalidade do brinquedo, tornando a venda mais uniforme durante todo o ano, e não somente com um pico de venda no quarto trimestre.
- Transformação da indústria do brinquedo em um segmento de entretenimento, com suporte do cinema, televisão, revistas em quadrinhos, indústria de vestuário e teatro infantil.
- Estabelecer padrões estéticos internacionais, com patentes e contratos sólidos, que possibilitem um padrão de competitividade internacional.

Atualmente a indústria brasileira enfrenta o caso dos *royalties*, portanto grande parcela das importações é o resultado de acordos com empresas americanas que controlam os direitos de venda de brinquedos associados a filmes e personagens famosos. Só quem tem a licença pode vender esses brinquedos no país, mas eles são feitos em indústrias chinesas para o mundo todo, e ela não tem como produzi-los aqui a preços equivalentes. Segundo a ABRINQ, produtos como estes que dependem de acordos de licenciamento, são responsáveis por mais de dois terços das vendas de brinquedos no país. "Se não importarmos esses produtos, outros vão importá-los e vendê-los aqui", diz o gerente nacional de vendas da Gulliver, Paulo

²Disponível em <<http://www.oestadorj.com.br/index.php?pg=noticia&id=2975>> Acesso em 15.11.2010.

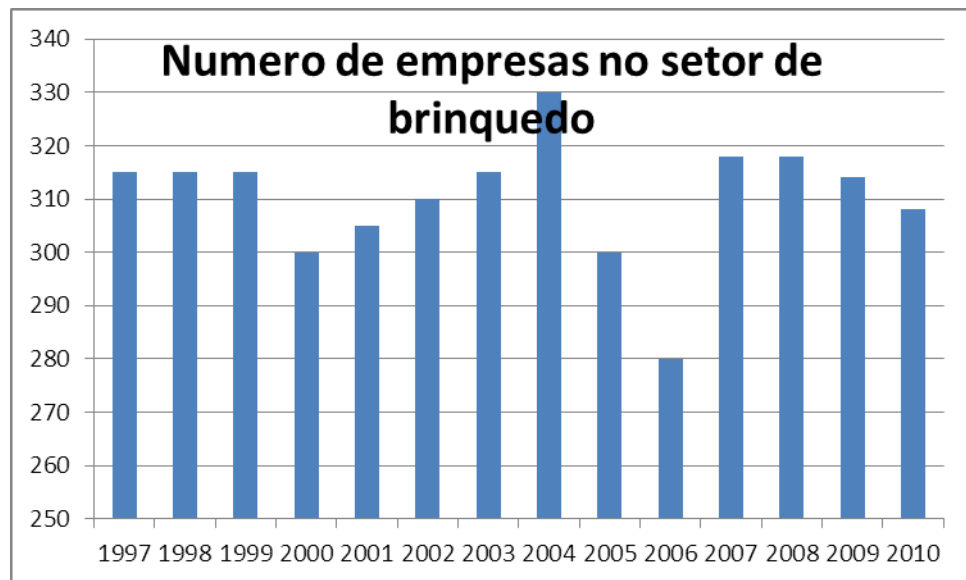
Benzatti. "Vender esses brinquedos com nossa marca fortalece nossa imagem e melhora o faturamento".

O combate às importações subfaturadas (declaradas com preço menor que o valor real) também consta nas diretrizes definidas. Para isso, a nova política prevê a articulação com a Receita Federal para evitar sonegações. A intenção da ABRINQ é elevar o preço do quilo do brinquedo importado de US\$ 8,70 para US\$ 10, que é o preço internacional.

Desde 1995 que o setor de brinquedos está na lista negra do BNDES, período em que a indústria nacional quase faliu por causa da liberação das importações que se seguiu ao lançamento do Plano Real. Devido às dívidas da época, atualmente o setor ainda tem dificuldades de contrair financiamentos do BNDES. A ABRINQ reivindica a exclusão do setor do Cadastro Informativo de Créditos Não Quitados do Setor Público Federal (CADIN).

O número de fábricas nacionais foi reduzido devido à falta de competitividade e fusões entre empresas visando o ganho na produção em escala maior. Atualmente o setor de brinquedos nacional emprega 4 mil indivíduos na linha de produção em pouco mais de 300 fábricas registradas no país. Conforme o relatório da ABRINQ, 75% das fábricas deste setor são compostas por microempresas e empresas de pequeno porte devido ao raro incentivo fiscal.

Gráfico 1 – Número de empresas no setor de brinquedos



Fonte: ABRINQ

III.4 O CUSTO DOS FUNCIONÁRIOS PARA UMA EMPRESA NO BRASIL

Podemos afirmar que as leis trabalhistas do Brasil são extremamente arcaicas, onerosas, e principalmente contraproducentes. Vivemos em um regime de leis que prejudicam não só os trabalhadores, mas também os empresários. A lógica diz que se o empresário for prejudicado irá repassar tal prejuízo. Ou ele piora as condições de trabalho ou aumenta o preço e prejudica o consumidor. Acontece que nem sempre se consegue aumentar o preço, pois o seu produto fabricado internamente entra na concorrência com o importado.

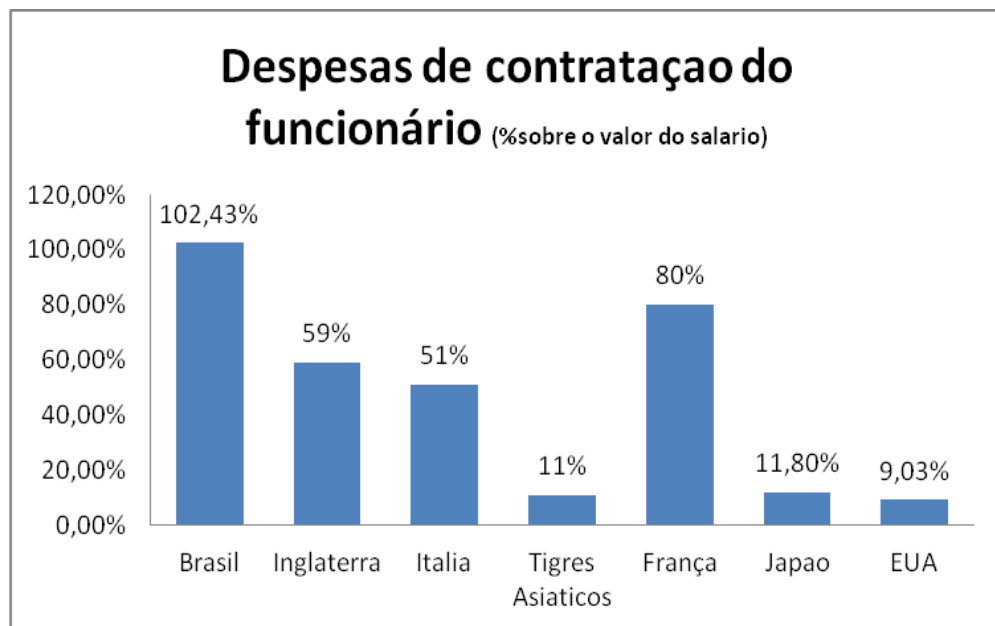
Quando se joga um jogo de tabuleiro enquanto criança, seja ele de negociação como o Banco Imobiliário ou de estratégia como War, as regras básicas dizem apenas o rumo da partida, mas cada grupo acaba criando suas regras particulares acordadas pelos jogadores para que o jogo ganhe dinamismo. Percebe-se que sem a intervenção do estado, e respeitando o acordo entre os jogadores, isso é, sindicatos e empregadores o processo produtivo seria muito mais eficiente, resultando em um crescimento econômico.

As propostas para desonerar a folha de pagamento são reais e possíveis. O governo poderia diminuir a contribuição previdenciária, porém, sem diminuir os direitos dos trabalhadores. Além disso, a desburocratização da lei também viabilizaria uma economia nos gastos dos empresários e consequentemente geraria mais empregos. O problema, é que no discurso da simplificação, esta englobada a vontade de retirar os poderes do estado em comandar este processo de negociação entre empregador e empregado. Caso isso ocorresse os pisos dos salários e os direitos trabalhistas iriam depender da força sindical de cada setor.

Outro fator que empaca as negociações é a falta de elasticidade nos direitos de cada grupo. Enquanto o empresário não quer gastar mais, o trabalhador quer ganhar mais trabalhando menos, e pra finalizar, o grande bicho papão é o governo, que cada vez quer mais e mais. O discurso contra as leis trabalhistas foca-se na falta de entendimento dos sindicatos que não percebem que cada um tem que dar sua cota de sacrifício, e que sem uma reforma na CLT para desonerar o capitalista, a produção nacional está em direção ao fracasso.

Para verificar o custo total de um empregado para o empresário, o CENOFISCO (Centro de Orientação Fiscal) divulgou um estudo sobre os encargos sociais incidentes na folha de pagamento. Em alguns casos, de acordo com o regime tributário em que a empresa se enquadra, o custo do empregado é maior do que seu salário chegando a 102,43%. Atualmente no Brasil uma empresa que contrata um trabalhador por R\$ 1.000,00 mensais, tem um custo geral de R\$ 2.024,30 em despesas compulsórias definidas pela Constituição e a legislação trabalhista vigente no país.

Gráfico 2 – Despesa com registro de um funcionário nas indústrias pelo mundo



Fonte: CENOFISCO

No intuito de melhorar a situação dos industriais foram feitas as propostas abaixo:

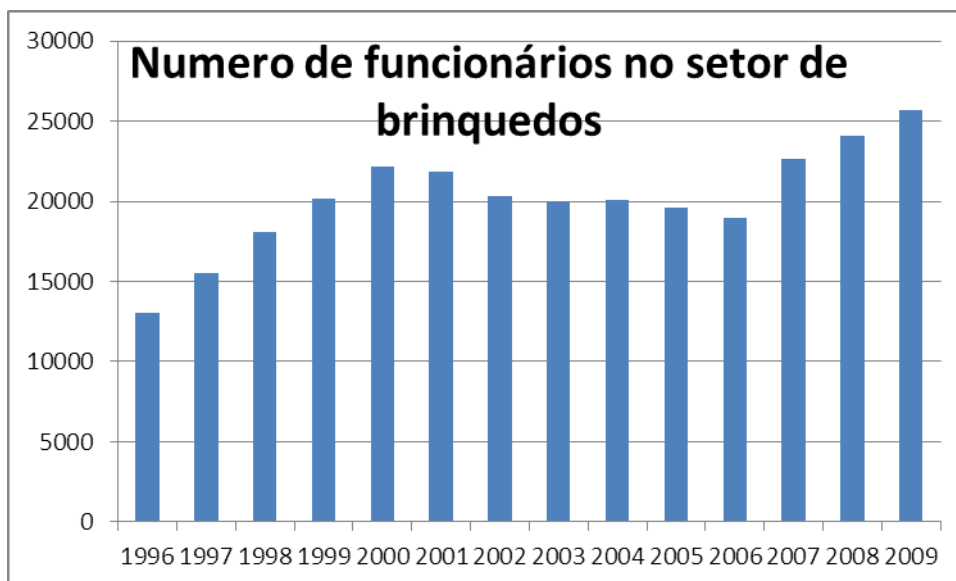
- Regularizar a terceirização
- Permitir novas modalidades de contrato de trabalho, que permitam que uma pessoa trabalhe casa usando as novas tecnologias existentes.
- Dar tratamento diferenciado para micro e pequenas empresas
- Reconhecer e estimular mecanismos extrajudiciais para solução de conflitos trabalhistas, como mediação e arbitragem privada.
- Reduzir as despesas de contratação que incidem na folha de pagamento.

III.5 MUDANÇAS NA OFERTA E DEMANDA DE EMPREGO NO SETOR FABRIL DE BRINQUEDOS

Com a entrada maciça dos produtos importados no Brasil o mercado trabalhista sofreu severas modificações, os trabalhadores que antes operavam máquinas agora empilham caixas e descarregam imensos containers de brinquedos. A fabricação passou a ser parcial, isto é, os produtos chegam praticamente montados, mas no intuito de driblar a fiscalização eles entram classificados como matéria prima e em seguida terminam sua montagem em território nacional recebendo o rotulo de “made in Brasil”. Passou a existir a demanda de trabalho especializado para atuar na área de liberação e no trato com os fiscais, o trabalho braçal que era focado na fabricação, agora se demonstra praticamente intelectual.

Como exemplo das modificações no mercado podemos citar a Mattel. A empresa, com seus 31000 funcionários, somente aceita clientes no Brasil que se comprometam a comprar 300 mil por ano, além de uma variedade grande de produtos. Ao restante dos lojistas, resta comprar dos distribuidores, com isso a fábrica foca nos melhores clientes, gerando diversos empregos indiretos que deveriam ser valorizados no setor.

Segundo Lourenço (2006), há opiniões divergentes no setor. Importadores e varejistas contrários aos pleitos da ABRINQ criaram o Movimento pela Liberdade de Escolha do Brinquedo. "Nosso objetivo é fazer com que só permaneçam os 20% de alíquota de importação. E não a sobretaxa", diz Roberto Esteves, gerente de operações da Lego no Brasil. Segundo ele, uma salvaguarda específica contra produtos chineses "coloca todos os brinquedos da China em uma mesma situação, como se viessem atrapalhar o mercado". Limites às importações também geram desemprego, argumenta Esteves.

Gráfico 3 – Número de funcionários no setor de brinquedos

Para os industriais, governo, e empresários o grande vilão do desemprego no setor de brinquedos, é a importação ilegal, aliado ao subfaturamento das mercadorias importadas. Em 2005 ela movimentou cerca de 3 bilhões de reais, quase três vezes o faturamento do mercado nacional. Para essa fiscalização é importante que exista uma integração entre Polícia Federal e Receita Federal.

CONCLUSÃO

Devido à ineficácia das políticas dos governos brasileiros no incentivo a uma maior produtividade, aliado ao avanço tecnológico e a absurda carga tributária incorporada em todo o processo de produção, distribuição e venda ao consumidor final, concluimos neste trabalho a força devastadora do mercado internacional e o estrago que ele faz no mercado doméstico, apesar de trazer um estímulo competitivo para o parque industrial local, ressaltando que, o governo nada faz para diferenciar a tributação na hora da venda de um produto nacional ou um importado.

Após a criação e ao aumento da confiabilidade nos selos de qualidade, ficou evidente que não importa a origem do produto, e menos ainda como ele é fabricado, mas sim o preço encontrado nas gôndolas de venda dos estabelecimentos comerciais.

Verificamos os efeitos do aumento das importações principalmente no mercado de trabalho, cujo desemprego causado pela falência das fábricas foi suprido pela maior oferta de emprego por parte das importadoras instaladas no território nacional, além das modificações estruturais de produção, e o processo de transformação das fábricas em importadores.

Constatamos que o processo logístico é fator determinante para o avanço do mercado exportador, onerando consideravelmente o preço final do produto. Devido a isto uma das escapatórias para o mercado nacional, foi conseguir se sobressair em certos tipos de produtos, principalmente os de grande volume.

Finalizando, pode se afirmar que as medidas de salvaguarda não solucionaram o problema de competitividade no parque industrial brasileiro. O produto importado ainda continua sendo a base do comércio varejista, gerando impostos para o governo.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Adriano Vitor de.; MARTINS, Gabriel Zanardini; KLIEMCZAK, Lucas Amonati. **Desenvolvimento de um brinquedo para crianças de áreas carentes**. Curso de Engenharia Industrial Mecânica. Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba, 2010.

BAPTISTA, L. O. **Dos contratos internacionais**. São Paulo, Ed. Saraiva, 1994.

BONELLI, Regis; VEIGA, Pedro da Motta; BRITO, Adriana Fernandes de. **As políticas, industrial e de comércio exterior no Brasil: rumos e indefinições**. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA. Rio de Janeiro, 1997. Disponível em <http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/td_0527.pdf> Acesso em 29.09.2010.

_____. **Política de competitividade industrial no Brasil 1995-2000**. Rio de Janeiro: IPEA, 2001.

_____. **Produtividade, crescimento industrial e exportações de manufaturados no Brasil**. Brasília: IPEA, 1994.

BOSCO, Milton Magna. **Criança, brinquedo e tecnologia: uma relação delicada**. Dissertação de Pós-Graduação em Tecnologia. Universidade Tecnológica Federal do Paraná, 2007.

COUTO, A.; LARANJEIRA, C.; SILVA, L.F.; LIMA, L.S.; LONGO, L.M.J. **Logística reversa do PET: oportunidades de negócios para empresas têxteis**. TCC. Faculdade Associada de Cotia – FAAC. São Paulo: 2004.

ELKONIN, D.B. **Psicologia do jogo**. Editora Martins Fontes. São Paulo, SP, 1998.

ENGELBERG, E. **Contratos Internacionais do Comércio**. São Paulo, Editora Atlas, 1997.

FREIRE, N. **Apostila de termos internacionais do Comércio e transportes, Incontems 2000**. Curso de Pós-Graduação em Comércio Exterior, Rio de Janeiro, UFRJ, 2000.

GUIMARANES, E. P. **Competitividade internacional e política comercial externa**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2005.

IMAM, Instituto. **Gerenciamento da logística e cadeia de abastecimento**. São Paulo: Impresso no Brasil, 2000.

LOURENÇO, Fátima. Fim da salvaguarda para brinquedo. Disponível em <<http://www.fiesp.org.br/clipping.nsf/>> Acesso em 18.11.2010.

MOREIRA, M.M., CORREA, P. G. **Abertura Comercial e Indústria: o que se pode esperar e o que se vem obtendo.** Rio de Janeiro: Depec,/BNDES, 1996.

NETO, José Nicodemos de Andrade; NETTO, Sérgio Eduardo de Oliveira. **Transporte de produtos perigosos.** Diretrizes de regulação para embalagem. Monografia de Especialização. Universidade de Brasília. Centro de Formação de Recursos Humanos em Transportes. Brasília, 2005.

NUNES, Orlando Augusto. Transporte rodoviário de cargas. Disponível em <http://artigos.netsaber.com.br/resumo_artigo_1584/artigo_sobre_transporte_rodoviario_de_cargas> Acesso em 15.11.2010.

SILVA, Givan Aparecido Fortuoso da, et. al. **A embalagem como um importante elemento nos negócios internacionais e o atendimento ao cliente como diferencial competitivo – o caso da empresa Polyenka Ltda.** Universidade Presbiteriana Mackenzie. 2006. Disponível em <<http://www.ead.fea.usp.br/>> Acesso em 15.11.2010.

TIGRE, P. B. **Libertação e capacitação tecnológica.** Rio de Janeiro: UFRJ. Instituto de Economia Industrial, 1993.

VARIAN, H. R. **Microeconomia: Princípios Básicos.** 6 ed. São Paulo: Campos, 2000.

Disponível em <http://www.abrimpex.org.br/curiosidades_sobre_brinquedo.html#vocesabia> Acesso em 11.10.2010.

A origem dos brinquedos. Disponível em

<http://www.ebrinquedo.com/152/index.php?option=com_content&view=article&id=45:origem&catid=35:brinquedos&Itemid=59> Acesso em 11.10.2010.